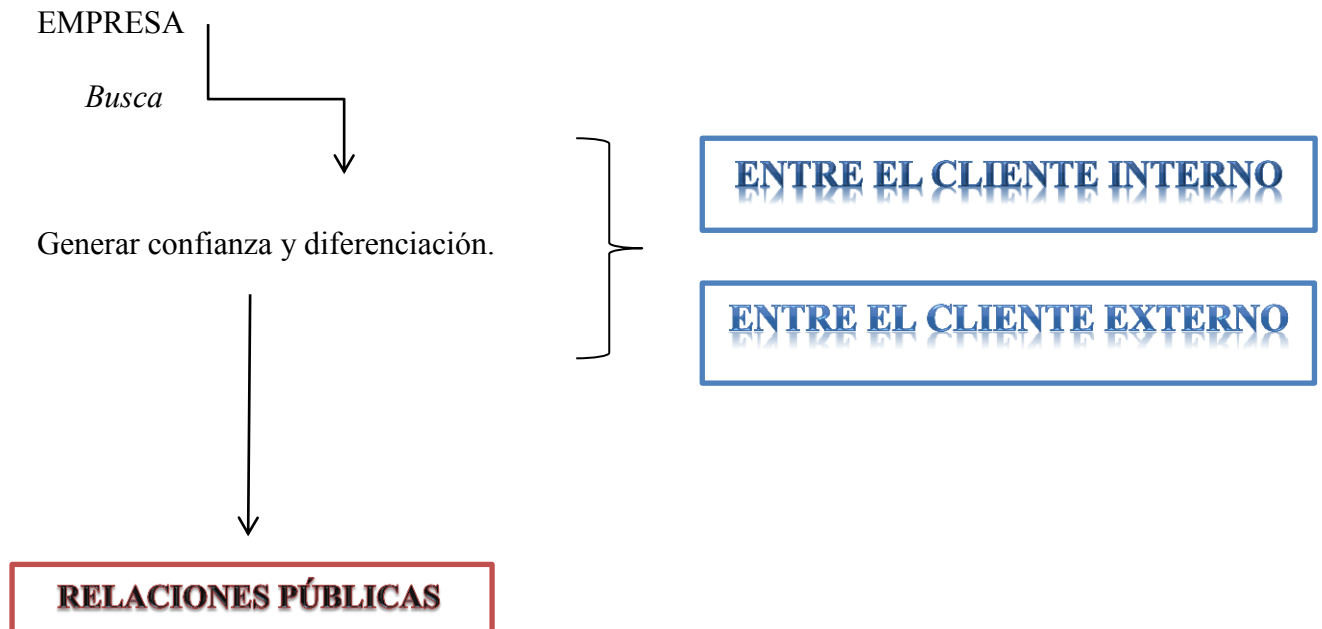


# *Las Relaciones Públicas:*



## 1. DEFINICIONES:

Relaciones públicas:

a. Tarea: conjunto de actividades organizadas por la empresa para lograr mejorar la imagen de credibilidad, confianza y estima tanto dentro del cliente interno como del externo.

b. Trabajador: persona que usando los medios de comunicación influye en la opinión del cliente interno o externo.

**Cliente Interno: accionistas y trabajadores.**

a. *Accionistas.*

1. Carta de bienvenida a la empresa. Agradeciendo la inversión y confianza depositadas. Se acompaña de una invitación para solicitar cualquier tipo de información.

2. Visita a las instalaciones.

3. Folletos promocionales, informes temporales, memoria anual.

*b. Trabajadores.*

1. Buscar que el empleado se sienta orgulloso de ser parte de la empresa.
2. ¿Cómo? Detectando sus necesidades y motivaciones.
3. ¿Cuáles suelen ser? Normalmente de reconocimiento y de salario.
4. ¿Qué hacemos para implicar al trabajador?  
Considerar las sugerencias del personal, facilitar la formación continua, beneficios sociales, ascensos de puestos y económicos, información útil sobre la empresa.

**Ciente Externo: proveedores y clientes.**

*a. Proveedores.*

- Las agencias de viajes dependen de ellos para poder vender sus servicios.
- Procurar mantener una óptima relación con ellos.
- Se busca el mantener y mejorar las relaciones para buscar un trato más ventajoso para la empresa. (Ventaja competitiva)

***Consejos para una buena relación empresa-proveedor:***

1. *Comerciales especializados*
2. *Formación continua a estos comerciales*
3. *Escuchar y comprender los problemas del proveedor*
4. *Ofrecer un servicio de calidad y promover ofertas y promociones*
5. *Instaurar normas justas y razonables en la gestión de pagos.*

*b. Clientes.*

- Es el elemento fundamental para poder prestar el servicio
- Conocer sus necesidades y motivaciones es fundamental para que las relaciones públicas puedan influir en sus ideas sobre nuestra empresa.
- El servicio post-venta se convierte en una gran herramienta de información, así como encuestas y sondeos previos al viaje.

### ***Consejos para una buena relación empresa-Cliente:***

1. Ha de recibir un trato lo más personalizado posible, amable, y atento
2. Ha de recibir información correcta y veraz con antelación a la compra.

## **2. ORIGEN Y ANTECEDENTES HISTÓRICOS:**

- Sociedades tribales: personas cercanas a los jefes. Fomentaban el respeto y la autoridad del jefe.
- Griegos y romanos: se buscaba el influir en las opiniones mediante la *discusión pública* {*Tenía lugar en el ágora, o en el teatro*}
- Edad Media y Revolución Industrial: prohibición de la libre expresión de ideas. La prole no tenía ni voz ni voto. *Retroceso en las relaciones públicas.*
- EE.UU. principios S.XX. Origen de lo que hoy conocemos como RR.PP.
  - Precursor: Ivy Lee. Periodista del The New York World.
  - Humanizó la profesión y apoyó la importancia de transmitir la información de manera pública.
  - Contratado para cambiar la imagen de unas minas de carbón.

## **3. ¿CÓMO DEBE SER EL PROFESIONAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS?**

### **★ Cualidades Personales:**

- Vocación emprendedora.
- Madurez.
- Responsable de sus actos. Tareas, horarios y tiempos.
- Capacidad de persuasión y negociación.
- Organizado.
- Sincero.
- Honrado.
- Amabilidad y sonrisa adecuada.
- Paciente.
- Actitud positiva ante la vida.
- Dinámico.
- Con don de gentes.
- Diplomático y tolerante.
- Flexible.
- Espíritu analítico y crítico.
- Inteligencia y rapidez en la resolución de problemas.

- Decidido y tenaz.
- Con sentido de la oportunidad.
- Creativo y original.
- Confianza en sí mismo.
- Buena Memoria.

★ **Conocimientos:**

- Técnicas de comunicación y habilidades sociales.
- Protocolo y planificación de eventos.
- Técnicas de marketing y publicidad.
- Administración, presupuestos e informática.
- Medios de comunicación y su funcionamiento.
- Idiomas.
- Empresa y su estructura.
- Técnicas de investigación social para conocer al público objetivo.

★ **Funciones:**

- Crear una imagen favorable de la empresa.
- Conseguir que los trabajadores se sientan orgullos de trabajar en su empresa.
- Dirigir técnicas de marketing.
- Formar parte del comité organizativo de eventos especiales.
- Persuadir, convencer a la opinión pública.
- Dirigir y supervisar actividades informativas para todo tipo de clientes.
- Utilizar adecuadamente los instrumentos que le ayuden a alcanzar otras funciones comentadas.

### ★ Responsabilidades:

- Relaciones con el cliente interno, externo así como con la comunidad que rodea a la empresa.
- Relaciones con los medios de comunicación de masas.
- Desarrollo del evento.
- Redacción y edición de la memoria anual.
- Control y evaluación de resultados de la producción audiovisual, publicaciones, publicidad y fotografías entre otros.

### ★ Imagen y apariencia:

- Será capaz de proyectar la imagen de la empresa, por lo que su imagen debe transmitir una parte física y otra subjetiva.
- Uniformidad acorde con la entidad corporativa de la empresa.
- Mujeres: maquillaje discreto pero a punto.
- Hombres: preferentemente afeitados por las expresiones faciales.
- Pelo limpio y recogido o que no moleste por delante de la cara.
- Pulcritud.

## 4. ¿QUÉ OBJETIVOS BUSCAN LAS RELACIONES PÚBLICAS?

1. Crear, mantener y mejorar la reputación e imagen de una persona, empresa o institución.
2. Conseguir que los trabajadores se sientan parte integrante de la empresa.
3. Conseguir el entendimiento, confianza mutua y colaboración entre la empresa y la opinión pública.
4. Proyectar una imagen positiva para conseguir el prestigio social en el entorno.

## 5. ¿DE QUÉ ELEMENTOS SE COMPONE EL DEPARTAMENTO DE LAS RR.PP.?

DEPARTAMENTO:

- Director o Jefe RRPP:
  - Organización y coordinación de todas las actividades.
  - Asesora a la empresa y al cliente interno y externo.
  - Elabora y Supervisa presupuestos.
- Adjunto al Director de RRPP.
- Técnicos de RRPP: Investigador o documentalista.
- Periodista: Redactan las informaciones para los medios.

*Funciona con total autonomía, autoridad y capacidad de decisión.*

## 6. ¿CÓMO SE CONTRATA AL PROFESIONAL DE LAS RR.PP.?

★ *FREELANCE:*

- Profesionales autónomos.
- Se contrata para un trabajo determinado.
- Aunque se les puede contratar de forma continuada en exclusividad.

★ *DIRECTAMENTE POR LA EMPRESA:*

- Forma parte de la plantilla de la empresa.
- Conoce mejor las características de la empresa.
- Provocan costes elevados e incluso situación de estancamiento

★ *AGENCIA INDEPENDIENTE:*

- Contratados para situaciones o actividades muy concretas.
- Se suele realizar un contrato anual por el asesoramiento. Y aparte por el resto de servicios específicos prestados.
- Supone un menor coste con profesionales muy especializados.
- Ausencia de exclusividad.